

DO DIÁRIO À INTERNET, DA INTERNET AO LIVRO: TRANSFORMAÇÕES DAS ESCRITAS DE SI¹

Daniele Ribeiro Fortuna

Resumo: Neste artigo, tratamos do uso confessional da internet como um novo tipo de manifestação das antigas escritas de si, principalmente do diário. Assim, apresentamos as principais características do diário, para, em seguida, nos debruçarmos sobre o surgimento da internet e dos *blogs* no Brasil. Analisamos as diferenças entre a linguagem utilizada no diário escrito e nos *blogs*, refletindo sobre a questão da intimidade. Em seguida, abordamos a temática dos *vlogs* e de seus autores, que acabam publicando livros, que se tornam fenômenos de vendas. Assim, abordamos ainda a transição do *blog* para o *vlog* e, posteriormente, para o livro, levando em conta suas semelhanças e diferenças. Como exemplo, analisamos brevemente os casos de Bruna Vieira e Kéfera Buchman, cujos *blog* e *vlog*, respectivamente, se transformaram em fenômeno na internet. Ambas as autoras escreveram livros, que foram grandes sucessos de vendas no mercado editorial brasileiro e nos quais apresentam um pouco do conteúdo que mostram na internet.

Palavras-chave: Escritas de si. Diário. Internet.

From diary to the internet, from the internet to book: transformations of self-writing

Abstract: In this article, we deal with the confessional use of the internet as a new type of manifestation of the ancient self-writing, especially of the diary. Thus, we present the main characteristics of the diary, and then, we will look at the emergence of the internet and blogs in Brazil. We analyze the differences between the language used in the written diary and blogs, reflecting on the issue of intimacy. Then, we approach the theme of vlogs and their authors, who end up publishing books, which become sales phenomena. Thus, we also cover the transition from blog to vlog and later to the book. As an example, we briefly review the cases of Bruna Vieira and Kéfera Buchman, whose blogs and vlogs, respectively, have become a phenomenon on the internet. Both authors wrote books, which were great sales successes in the Brazilian publishing market and in which they present some of the content they show on the internet.

Keywords: Self-writing. Diary. Internet.

Introdução

Phillipe Lejeune (2014) afirma que o diário pode ser comparado a uma garrafa lançada ao mar: uma mensagem que um dia poderá ser lida por qualquer pessoa. Já Leonor Arfuch (2013, p. 28) aponta que “o espaço autobiográfico bem poderia começar pela casa, o lar, a

¹ A autora agradece à FAPERJ pelo financiamento da pesquisa. Uma primeira versão deste texto foi apresentada no XV da ABRALIC, em setembro de 2016, na Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

morada, no sentido forte de morar: estar em um mundo, além de ter um abrigo, um resguardo, um refúgio”².

Assim, podemos considerar que há dois tipos de diários: um que guarda nossos segredos, trancados a sete chaves. E outro em que nos revelamos, mas apenas o que queremos compartilhar com o leitor. Ambos seriam como uma casa: um lugar seguro e aconchegante para nos resguardarmos das intempéries do dia a dia; um espaço de desabafo, sempre confiável e disponível. Compartilhar com o papel as impressões e fatos do cotidiano seria como entrar em um quarto só nosso, onde nos sentimos protegidos de qualquer problema. Lá também estão nossas memórias, “signos mnemônicos”, que nos permitem dizer: “assim, vou poder me lembrar” (LEJEUNE, 2014, p. 330).

Da mesma forma que escolhemos quem vai entrar na nossa casa, também selecionamos o que vamos colocar no diário e apenas nós sabemos como estão organizadas nossas coisas – a ordem na desordem –, tanto no diário como na casa. Em ambos estão os rastros dos nossos corpos, as recordações de angústias e alegrias.

Mas estamos falando do diário de papel. Seja naquele que fica guardado às sete chaves, trancado com um pequeno cadeado ou o que escrevemos pensando na possibilidade de ser lido, as folhas apresentam uma certa limitação. Ainda que venha a ser publicado, talvez seu público não seja muito extenso. Assim, nossas impressões da vida serão compartilhadas com poucos.

Atualmente, existem outros tipos de escritas de si, que são compartilhadas na internet em *blogs* – conteúdo escrito disponível na Internet, em diferentes tipos de *site* – e em *vlogs* – vídeos postados na internet, geralmente, no canal YouTube. Trata-se de um material no qual as pessoas expõem detalhes de sua intimidade. Embora o objetivo seja a divulgação dos textos e dos vídeos – e uma eventual compensação financeira –, é possível perceber uma relação com os antigos diários. Como afirma Sibilia (2016, p. 57), “os usos confessionais da internet – ou seja, aqueles nos quais cada um dá testemunho da própria vida (...) – seriam, portanto, manifestações renovadas dos velhos gêneros autobiográficos. O conteúdo é lido e/ou assistido por milhões de pessoas, as quais têm a possibilidade de comentar os chamados *posts*, que são os textos ou vídeos disponibilizados nesses espaços virtuais. Quando um canal tem muitas visualizações, esse sucesso acaba se refletindo em outras mídias e redes sociais.

Muitos YouTubers³ publicam livros que se tornam verdadeiros fenômenos de venda. Alguns deles acabam resultando em livros no Brasil. Como são esses livros? Antes de

² Tradução minha. No original: “El espacio biográfico bien podría comenzar por la casa, el hogar, la morada, en el sentido fuerte de *morar*: estar en el mundo, además de tener un cobijo, un resguardo, un refugio.”

respondermos a esta questão e apresentarmos exemplos de *blogs* e *vlogs* que se transformaram em livros no mercado editorial brasileiro, faremos uma reflexão sobre a escrita de si, com ênfase no diário. Nesse sentido, apresentaremos uma breve explicação sobre este gênero, abordando brevemente os dois tipos de diário – o que se apresenta como espaço de segredo e outro que, embora também seja um espaço de desabafo, é escrito para ser lido. A partir deste último tipo, desenvolveremos sua relação com o material que Sibilia (2016, p. 57) denomina de “usos confessionais da internet”.

O diário ou um cantinho para chamar de meu

Em seu livro *O pacto autobiográfico*, Philippe Lejeune (2014) traça uma genealogia das escritas de si e suas transformações, abordando desde autobiografias, diários e cartas a *blogs*. Inicialmente, as escritas de si surgiram com o fortalecimento da concepção do indivíduo como único. De acordo com Lejeune (2014, p. 62), a palavra “autobiografia” despontou na Inglaterra, no século XIX, e significava “vida de um indivíduo escrita por ele próprio”. Os diários também fazem parte dessa tendência: como sujeito passou a se ver como único e especial, queria compartilhar suas experiências de vida.

Assim, se o diário pode ser comparado a uma casa, cabe recorrermos a Bachelard (2000), para quem esta tem uma essência íntima e concreta, que desperta a sensação de estar abrigado. Para Bachelard (2000, p. 24), a casa é “nosso canto no mundo. Ela é, como se diz amiúde, o nosso primeiro universo”. Assim, nenhuma lembrança é tão marcante como a da casa, a qual tem valor de sonho. Isso porque o lugar não apenas nos traz proteção, mas é onde nos sentimos confortáveis e relaxados o suficiente para sonhar: “Então, os lugares onde se viveu o devaneio⁴ reconstituem-se por si mesmos num novo devaneio. É exatamente porque as lembranças das antigas moradas do passado são revividas como devaneios que as moradas do passado são sempre imperecíveis dentro de nós” (BACHELARD, 2000, p. 26).

Na casa, está a estabilidade. Imaginada ou verdadeira, é esta sensação que nos faz perseguir esse ‘canto do mundo’. Somente aí seria possível uma solidão positiva, como um abraço quente que nos envolve de conforto quando deixamos para trás o frio e a confusão da rua. O diário seria também este espaço onde nos abrigamos para buscar forças e prosseguir. É um gênero considerado parte das chamadas escritas de si. Segundo Klinger (2012, p. 22),

³ *Youtubers* são as pessoas que gravam vídeos no YouTube

⁴ Grifo do autor

referindo-se a Foucault, as escritas de si se inserem no “conjunto mais amplo dos discursos sobre o eu”. Com isso, autobiografia, autoficção e diário constituiriam este gênero.

De acordo com Foucault (1992, p. 143), “o papel da escrita é constituir, com tudo o que a leitura constituiu, um ‘corpo’”. E este corpo, continua Foucault, seria o “próprio corpo daquele que, ao transcrever as suas leituras, se apossou delas e fez a sua respectiva verdade: a escrita transforma a coisa vista ou ouvida em ‘forças de sangue’.”⁵

Com isso, a linguagem passa a ser constitutiva do sujeito, e o discurso formulado a partir dela pode reverberar a realidade – pelo menos, a realidade do indivíduo que se expõe nas páginas de seu texto. É importante salientar que aqui consideramos discurso conforme analisa Foucault (2012, p. 46), segundo o qual “o discurso nada mais é do que a reverberação de uma verdade nascendo diante de seus próprios olhos”. Para Foucault, o sujeito anima, com seus atos, as formas vazias da língua. E, ao fazê-lo, é capaz de conferir ao discurso um imenso poder: o de representar, nomear, classificar e explicar. De acordo com Foucault (1966, p. 405), “onde houver discurso, as representações expõem-se e justapõem-se; as coisas assemelham-se e articulam-se”. Só se pode conhecer as coisas e sua ordem “através da soberania das palavras”.

Dessa forma, a experiência se concretiza por meio de sua relação com o discurso. É por meio do discurso ainda que o sujeito expõe suas emoções. Por isso, escrever é fundamental para quem utiliza o discurso para compartilhar com o diário – e seu(s) leitor(es) – suas experiências e sensações. Nesse sentido, não é relevante refletir se a verdade do autor corresponderia à realidade, já que, como considera Lejeune (2014), ao lermos uma autobiografia, não importa muito a exatidão. No diário, são travados dois pactos com o leitor: o pacto autobiográfico e o pacto referencial. Segundo Lejeune (2014), o pacto autobiográfico prevê que o nome que assina o texto é o mesmo do narrador. Já o pacto referencial significa que o texto autobiográfico não se propõe “a fornecer informações a respeito de uma ‘realidade’ externa ao texto e a se submeter portanto a uma prova de *verificação*. (...) Seu objetivo não é simples verossimilhança, mas a semelhança com o verdadeiro. Não o “efeito de real”, mas a imagem do real”. (LEJEUNE, 2014, p. 43)⁶

Gênero que apresenta íntima relação com a autobiografia, o diário também se constitui em importante foco de pesquisas. Ambos apresentam vários pontos em comum. Philippe Lejeune (1991, p. 48) define a autobiografia como “relato retrospectivo em prosa que uma pessoa real faz de sua própria existência, enfatizando sua vida individual e, em particular,

⁵ Grifo do autor

⁶ Grifos do autor

na história de sua personalidade”.⁷ Em seguida, Lejeune (1991) aponta a principal diferença entre a autobiografia e o diário: a questão da perspectiva da narração. Geralmente, o diário é um relato de situações presentes. Em raros casos, ele faz descrições complexas do passado. Quando a narrativa se dá de maneira retrospectiva, é mais no sentido de revelar uma conexão com o presente.

Entretanto, tanto a autobiografia quanto o diário se configuram como um autorretrato da vida do narrador. Como considera Lecarme (1999 *apud* SOUSA, 2012, p. 148), “os grandes diários são aqueles que apresentam a globalidade de uma vida pessoal, por mais estreita que tenha sido”. Ainda que sejam uma escrita fragmentária, os grandes diários conseguem dar sentido à subjetividade revelada em suas páginas (SOUSA, 2012).

Para Lejeune (2014, p. 327), no diário “nenhuma forma é imposta, nenhum conteúdo é obrigatório”. Porém, apresenta algumas características que o autor acredita serem constitutivas do gênero: descontínuo, lacunar, redundante e repetitivo, e que, em geral, termina de forma abrupta e inesperada.

Segundo o pesquisador francês, não há uma preocupação com o formato da escrita. O que importa é contar para permanecer. O diário é, então, “uma garantia de continuidade” (LEJEUNE, 2014, p. 337), uma passagem para aquele quatinho da nossa casa, onde guardamos nossas lembranças e onde, se permitido for, outros podem entrar para ver o que estamos fazendo lá dentro. Ou, depois que o tempo tiver passado e nós não estivermos mais presentes, alguém poderá encontrá-lo e conhecer como foi nossa vida.

O diário considerado por seu autor como “segredo” pode trazer segredos, fatos nunca antes revelados. Mas o que é escrito para ser lido apresenta uma espécie de filtro, em que o autor só escreve o que quer compartilhar com seu futuro leitor. É deste diário e de sua relação com as novas formas confessionais da internet que trataremos no item que se segue.

Do Blog ao Vlog: as escritas não tão íntimas de si

“O diário está longe de ser o espelho da feiticeira, ele é, na verdade, um filtro”. Esta frase de Lejeune (2014, p. 342) nos mostra que, no diário – ao menos, no diário cujo autor escreve com a intenção de ser lido –, não são compartilhados exatamente segredos, mas somente o que o diarista deseja que os leitores saibam.

⁷ Tradução minha. No original: “Relato retrospectivo en prosa que una persona real hace de su propia existencia, poniendo énfasis en su vida individual y, en particular, en la historia de su personalidad.”

Por isso, neste tipo de diário, nem sempre o autor nos revela seus segredos mais íntimos. Na verdade, trata-se de uma tentativa de apreensão de um tempo em movimento, que ficará registrado para sempre. Como afirmamos no início deste artigo, uma garrafa lançada ao mar (LEJEUNE, 2014), para que qualquer um a pegue, a abra e veja livremente o que tem dentro. Esta imagem nos remete a uma visão romântica de alguém que, ao caminhar sem compromisso pela praia, depara com o objeto e, curioso, procura desvendar seu conteúdo. Lê suas páginas gastas pelo tempo e imagina uma vida que ficou presa a um fragmento de tempo.

Hoje, com a internet e seus *blogs* e *vlogs*, esta garrafa se transformou em um tonel gigante em que todos podem mergulhar. Basta um clique e a vida de milhões de pessoas está disponível para quem quiser ver.

De acordo com Schittine, (2004), os primeiros *blogs* começaram a surgir no Brasil por volta dos anos 2000. Segundo a autora, a expressão ‘*blog*’ é uma contração das palavras *web* (internet) e *log* (diário de bordo) e, a princípio, tinha uma conotação de diário íntimo, pois era onde muitos internautas tratavam de questões pessoais.

Embora pareça uma contradição permanecer ‘íntimo’ em uma mídia que é acessada por milhares, senão milhões de pessoas o tempo todo, para Lejeune (2014), o fato de o escritor poder manter-se distante dos seus leitores, sem um contato face a face, faz com ele se sinta livre para escrever o que quiser. Ainda que soe paradoxal, trata-se de uma privacidade dentro da rede.

O diarista sabe que será lido, mas isso não representa um incômodo, já que os leitores são desconhecidos. Por mais que eles venham a interagir, comentando as inserções do diário – ou *posts* –, dificilmente, haverá um convívio pessoal. Lejeune (2014, p. 378) considera que “o distanciamento benéfico permite que pessoas que sofrem, desgostosas com sua escrita ou bloqueadas no silêncio, encontrem um caminho em direção a si”.

Mas por que trocar o papel pela internet? Atualmente, a resposta a essa pergunta parece óbvia. O computador e a *web* fazem parte do nosso dia-a-dia de uma maneira antes impensável. Mas, nos anos 2000, quando os *blogs* começaram a surgir no Brasil ainda não era assim. Naquele momento, a ideia da interatividade em um diário era totalmente nova e instigante. Ao mesmo tempo, os leitores eram pessoas distantes que, como afirmamos anteriormente, poderiam comentar sem travar um relacionamento íntimo com o escritor: “A escolha de um confidente na internet ultrapassa a segurança das instituições ou dos grandes amigos, é um novo interlocutor, estranho ao autor, mas que estabelece uma nova relação com ele” (SCHITTINE, 2004, p. 20).

E essa relação se dá por interesses comuns. Há uma identificação de ambas as partes: o leitor acompanha o *blog* porque se identifica e se espelha no escritor, e o escritor, por sua vez, a partir dos comentários do leitor, passa a se identificar com ele também. Para Lejeune (2014, p. 394), “as pessoas escrevem porque as coisas vão mal, mas também porque gostam de escrever. E leem para se comparar”. Em uma relação de constante interação, ao perceber quais são os interesses de seus leitores, o escritor começa, então, a abordar assuntos que os agradam.

Outra característica apontada por Lejeune (2014) é que a escrita na internet permite corrigir o texto sem deixar vestígios, o que por si só, de certa forma, desvirtua a ideia original do diário: uma escrita imediata, à qual, no máximo, o diarista acrescenta comentários no canto do papel. Por outro lado, implica certa privacidade, no sentido de que não há pistas sobre o autor – as marcas no papel, fotos deixadas ao acaso etc. Nesse sentido, é possível encontrar características das escritas de si nos *blogs*, na medida em que há um compartilhamento de fatos do cotidiano, impressões de vida, desabafo sobre sentimentos – o que é, afinal, do que trata o diário. Por outro lado, o apagamento dos vestígios aponta para uma escrita de si um pouco diferente, que mantém algumas marcas da antiga, mas que tem outros objetivos além de compartilhar experiências de vida – como atender as demandas do mercado, por exemplo.

No que diz respeito aos *vlogs*, falar sobre privacidade ainda é mais paradoxal, já que, todos os dias, um número gigantesco de pessoas expõe seu cotidiano, principalmente no YouTube. Paula Sibilia (2016) problematiza a questão da privacidade na *web*, referindo-se a uma ‘intimidade inventada’: as vidas expostas na tela seriam autoficções? Como a própria autora afirma, é uma pergunta sem resposta definida. Mas parece aí haver uma contradição – um desejo de exposição aliado a uma privatização do espaço público.

Por outro lado, Sibilia (2016) considera que, como no diário, o eu narrador da internet é ao mesmo tempo autor, narrador e personagem, que apresenta sua experiência na primeira pessoa do singular. Há, obviamente, muitas diferenças. Além da recepção ampliada, não podemos nos esquecer do uso da imagem, que torna a narrativa mais real, aproximando-se ainda mais de seus espectadores.

Os chamados *vloggers*⁸ expõem sua intimidade em uma tela de computador ou de celular, mas é uma relação quase sempre mediada por um aparato. Quando acontece de se encontrarem com seus leitores ou espectadores, muitas vezes, recebem tratamento de

⁸ *Vlogger* é termo utilizado para denominar os usuários do YouTube que fazem *vlogs*.

celebridade. Em geral, não há de fato um contato e uma interação pessoal dos autores com seus leitores.

Os internautas são seguidores de *blogs* e *vlogs* como acompanhavam – ou ainda acompanham – as novelas da televisão. A diferença é que agora se trata da vida de pessoas comuns, que relatam seu dia a dia. Pode ser que a intimidade, como ponderou Sibilia (2016), seja inventada, mas isso não é realmente relevante e por três motivos: o que importa é poder acompanhar diariamente a vida daquela pessoa; a possibilidade de interação e resposta torna ainda mais interessante ler/assistir (a)o *blog/vlog*; o pacto autobiográfico proposto por Lejeune (2014) também pode ser aplicado neste caso, já que não importa se o relato é verídico ou não.

Segundo Sibilia (2016), atualmente, os relatos autobiográficos seguem o modelo das narrativas audiovisuais, incluindo técnicas de edição utilizadas em outros tipos de mídia, como filmes publicitários e videocliques. Por isso, ao acreditar que não se trata de ficção, os jovens espectadores preferem assistir à novela da vida real dos *vlogs* postados no YouTube. Além disso, sentem-se importantes quando fazem comentários e recebem algum tipo de retorno.

Há, entretanto, uma questão ainda pouco abordada, pois é bastante recente: os *vlogs* como produtos mercadológicos – entre eles, livros. Cabe, então, refletirmos sobre o caminho inverso. Começamos analisando o diário de papel, para em seguida, refletir sobre essa nova roupagem das escritas de si na internet. Agora desejamos abordar *blogs* e *vlogs* que se tornam livros no Brasil. Entretanto, é importante salientar que não se trata exatamente de um novo tipo de diário, mas de um produto voltado para atender às demandas do mercado editorial brasileiro, no qual os autores revelam um pouco de sua autobiografia.

Blogs e Vlogs: da internet ao mercado editorial brasileiro

Segundo a revista *Exame*, em matéria publicada em 17 de janeiro de 2016, pesquisa feita pela empresa de tecnologia Technorati constatou que existem no mundo aproximadamente 200 milhões de *blogs* e cerca de 10 milhões são atualizados pelo menos uma vez a cada 180 dias. O Brasil é o quarto país com maior número de *blogs*, perdendo somente para EUA, Reino Unido e Japão.

Já o Youtube foi lançado em 2005 e, no momento, é o maior canal de compartilhamento de vídeos do mundo. Tornou-se uma oportunidade de negócios para várias pessoas no mundo inteiro. Segundo reportagem publicada no portal de notícias G1 (2015),

não é possível saber com precisão quanto *vloggers* podem receber de lucro no YouTube, já que assinam um termo de confidencialidade, que os impede de revelar. Porém, o próprio texto se refere ao *vlogger* sueco Felix Kjellberg, que faturou US\$ 7 milhões com seus vídeos.

O faturamento no YouTube se dá, geralmente, em função dos anúncios vinculados aos vídeos que aparecem sobre estes ou antes de começarem. O YouTube controla cada visualização, e o *vlogger* só recebe dinheiro se houver algum tipo de interação com o vídeo: quando o internauta clica sobre ele ou assiste a todo o seu conteúdo.

Outra forma de se ganhar dinheiro é conteúdo patrocinado ou *merchandising*: o *vlogger* elabora um vídeo a pedido de um patrocinador ou utiliza determinado produto, mostrando bem a sua logomarca e elogiando. Os *vlogs* de tutoriais de maquiagem são um exemplo de como esta estratégia funciona.

Os temas tratados por *blogs* e *vlogs* são os mais diversos e para todo o tipo de público. A reportagem da revista *Exame* revela que 50,9% dos *blogs* no Brasil são femininos e que 40% deles tratam sobre moda e beleza. Boa parte deste conteúdo é dirigida para adolescentes.

Blogs e *vlogs* são espaços de informação que influenciam milhões de pessoas no mundo todo, de muitas maneiras: comportamento, ideologia, consumo, hábitos etc. E foi nesses espaços que o mercado editorial encontrou uma forma de driblar a crise pela qual passa a economia brasileira atualmente, apostando, principalmente, no público jovem. De acordo com matéria publicada no Portal PucRio Digital, dos dez livros mais vendidos no Brasil em 2015, quatro são de jovens influentes da internet.

Como estudo de caso, analisaremos aqui o conteúdo elaborado por duas jovens: Bruna Vieira e Kéfera Buchman. Como metodologia, realizamos uma pesquisa exploratória, de caráter espontâneo, buscando textos (no caso de Bruna) e vídeos (no caso de Kéfera) que tivessem relação com o cotidiano. Outra forma de busca foi pesquisar temas abordados nos livros. Um exemplo é quando Kéfera se refere, no livro, ao episódio envolvendo sua depiladora. Buscamos, então, o vídeo que tratava sobre este tema.

Selecionado o conteúdo, empreendemos uma análise textual, sem nos determos totalmente em categorias, mas privilegiando os sentidos propostos pelos discursos apresentados. O objetivo era procurar compreender como as jovens abordavam a questão do cotidiano em seus livros, *blog* e *vlog*. De forma a explicar mais detidamente, cabe apresentar cada uma delas e o conteúdo analisado.

Bruna Vieira tem de 23 anos e, em 2008, criou o *blog* “Depois dos 15”. A princípio, o objetivo era desabafar e superar uma desilusão amorosa. O *blog* se tornou um sucesso, tendo

recebido, mais de 130 milhões de acessos. Posteriormente, transformou-se em canal do YouTube e em livro.

Ao acessar o *blog*, é possível perceber mudanças drásticas ao longo dos anos. Realizamos uma análise do *site* em três momentos: abril de 2016, janeiro de 2018 e dezembro de 2018. A escolha desse período se deu de forma aleatória, apenas para verificar se houve mudanças ao longo do tempo – o que, de fato, aconteceu. Nesse período de quase três anos, foi possível perceber algumas transformações. Em 2016, os assuntos abordados eram divididos em mais de vinte categorias, que incluíam desde compras, *look* do dia, beleza a textos de amor, decoração e *design*. Como o nosso tema é diário, e uma das características do gênero é a descrição do dia-a-dia, nessa primeira análise, escolhemos a categoria ‘rotina’ para analisar, já que o termo rotina traz implícito a questão do cotidiano.

Acessamos o *blog* no dia 12 de abril de 2016. O último *post* da categoria rotina foi no dia 22 de fevereiro do mesmo ano, cujo título era: “Lançamento da linha cultive seus sonhos no Rio”. Nele, Bruna Vieira, fala sobre o lançamento de uma linha de produtos em parceria com a marca ‘Uatt’. O texto tem apenas dois parágrafos curtos, nos quais a autora descreve sua felicidade de viajar nos fins de semana para fazer o lançamento da marca em vários estados diferentes. Afirma também que tem compartilhado tudo no Instagram⁹ e que os produtos estão à venda no site da marca. É um texto sem erros gramaticais e com um tom um tanto institucional. Bruna aparece sozinha e junto com seus fãs em fotos produzidas pela fotógrafa do *blog*. Há imagens também dos produtos e dos fãs. Uma das fotos parece ser de uma fila de fãs.

Decidimos, então, acessar o primeiro *post* desta categoria. Não é possível saber a data exata, mas, pelos comentários dos leitores, tem, no mínimo, sete anos. Trata-se de um texto também curto, praticamente sem pontuação. São as impressões de uma adolescente sobre o domingo. Transcrevemos aqui as duas primeiras frases exatamente como estão disponíveis na internet: “Ai como eu odeio domingo essa hora é pessimo lembrar que amanha começa tudo de novo. e pra varias eu não descansei o quanto precisava nesse final de semana, vai Bruna dormindo na aula de novo, mas vamos a parte cool, a pergunta que eu deixo para vocês pensarem é... *vocês acreditam que meninos podem mudar?*”¹⁰ (sic) (VIEIRA, 2016). A autora diz ainda que os meninos não valem uma lágrima ‘siquer’ e que quem vive de passado é ‘muzeu’. A foto que acompanha o texto não parece ter sido feita por fotógrafo profissional.

⁹ Instagram é uma rede social de compartilhamento de fotos

¹⁰ Grifos da autora.

É possível perceber na escrita de Bruna Vieira características da oralidade, uma das marcas do texto na internet. Bruna usa no texto, por exemplo, a expressão ‘eita’. Não há preocupação com coesão ou coerência. A autora parece apenas querer compartilhar impressões sobre o seu dia e sobre o amor.

Na página número 40 da categoria ‘rotina’, esta forma de escrever fica mais evidente. A blogueira começa o texto com a frase: “hey senhoras ou senhores visitantes e fuçantes, hoje eu acordei animada” (VIEIRA, 2016). Mais uma vez, nota-se o discurso típico de adolescente: afirma que tem apenas 14 anos e pensa em “coisas que muitas meninas de 20 anos nem sonham”. Revela ainda que gosta de escrever o que sente, e que não se importa se acham que isso é infantilidade ou futilidade.

Nos *posts* seguintes, na mesma página, Bruna fala sobre angústia, sofrimento, amor não correspondido... São textos que apresentam muito em comum com a escrita diarística: neles, a autora pretende desabafar, conhecer-se, sobreviver e resistir às intempéries da adolescência.

Em 2018, o blog foi totalmente reformulado. Tal estratégia, obviamente, reflete a passagem de um texto confessional, escrito por uma adolescente, para um produto mercadológico. Embora continue compartilhando com o leitor aspectos da sua vida pessoal, o objetivo agora parece ser a divulgação da escritora, de sua carreira e seus livros. O número de categorias diminuiu para apenas quatro: vídeos, viagem, comportamento e *wishlist*. Como categoria que mais se aproxima da linguagem diarística, selecionamos “comportamento”. A última entrada disponível, em 26 de janeiro de 2018, é “Cinco coisas para fazer quando você estiver completamente sozinha”. No texto, Bruna afirma que ter uma companhia é importante, mas que “em alguns momentos, a solidão vai muito bem” (VIEIRA, 2018). Em seguida, dá cinco dicas ao leitor do que ele pode fazer sozinho num dia solitário: assistir a um filme, fazer um mural de inspirações, escolher uma coreografia e treiná-la até aprendê-la completamente, cultivar (tanto no sentido literal, de cultivar plantas, como no sentido metafórico, de cultivar amizades) e fazer uma lista das coisas que melhor definem o leitor.

Nessa categoria, a autora também dá dicas de leitura, de como se vestir, reflete sobre situações do cotidiano. Em muitos *posts*, o tom é de autoajuda. Em 14 de janeiro de 2018, por exemplo, Bruna publicou o texto intitulado “Lembre-se disso quando o tempo fechar (por dentro e por fora)”. Nele, a escritora compara as mudanças climáticas às intempéries que cada um enfrenta no cotidiano, fazendo considerações e dando conselhos otimistas, pouco profundos e um tanto ingênuos:

Há uma série de coisas que você pode fazer quando tudo está nublado... A gente falou que não precisa ficar tentando forçar sorrisos onde eles não existem, mas isso também não significa que você não possa usar este tempo para curtir uma playlist agradável, ler um livro que desperte outros sentimentos ou chamar uma amiga para ir em casa e, assim, ter uma tarde inteira de muita conversa. É o mesmo caso de quando chove lá fora e não dá para sair! (VIEIRA, 2018)

Este exemplo é a tônica seguida em praticamente todos os textos do blog depois da sua “profissionalização”. Outra mudança significativa é a indicação de produtos. Na categoria “Wishlist”, Bruna Vieira indica seus produtos preferidos. Ao passarmos o *mouse* pela foto, aparece a marca ou o nome da loja e o preço. Trata-se de uma espécie de *merchandising*, estratégia da qual fazem uso inúmeros blogueiros e *vloggers*.

Em dezembro de 2018, os *posts* da categoria “comportamento” não são mais escritos por Bruna, mas por leitores do *blog*. O último texto redigido pela autora é de julho de 2018. Não há muitas mudanças entre janeiro e dezembro. Mas o que se pode notar é que o objetivo de se tornar uma vitrine para divulgação não apenas da própria escritora, mas de produtos diversos – principalmente aqueles relacionados à moda –, foi reforçado. Os textos se tornaram ainda mais curtos.

O blog “Depois dos quinze” teve início em 2011. Após três anos, este se tornou parceiro da revista *Capricho*. No ano seguinte, Bruna Vieira publicou seu primeiro livro, cujo título é o mesmo do *blog*. Em 2013, mais um livro foi publicado. Juntas, as duas obras venderam mais de 60 mil exemplares. Posteriormente, Bruna Vieira publicou mais quatro livros.

Depois dos quinze – quando tudo começou a mudar é menos um diário do que um livro de crônicas. É uma coletânea de textos, em sua maioria, de duas ou três páginas, nos quais a autora conta fatos do seu cotidiano, mas principalmente divaga sobre o amor.

O primeiro texto, “O começo”, dá o tom do restante da obra. Nele, a autora afirma: “Transformar sentimentos em palavras foi a única maneira que encontrei de desabafar e escapar sutilmente para uma realidade inventada onde as pessoas – e os personagens – não me julgavam ou diziam como eu deveria sentir” (VIEIRA, 2015, p. 15). Neste trecho, é possível perceber as semelhanças com a escrita diarística: o desabafo e a escrita como lugar seguro. Entretanto, na linha seguinte a autora muda o estilo: “Vocês vão dizer que aos quinze anos nós ainda não sabemos nada da vida”. (VIEIRA, 2015, p. 15) Já não se trata mais de desabafar ou refugiar-se na escrita, mas sim de dividir com o leitor suas experiências e pensamentos.

Embora o diário implique a presença de um leitor, seu autor é totalmente autocentrado. Ele talvez espere que alguém leia suas palavras, mas o que importa é poder escrever. O foco está em si mesmo e no texto, nunca no leitor. Tal estratégia se verificava quando os *blogs* surgiram no início dos anos 2000. Com o tempo, a questão da interação com o leitor passou a ter papel fundamental nos *posts*. Não se pode desconsiderar, mais uma vez, a questão mercadológica... Os textos são estruturados para atingir um determinado público.

As crônicas e contos de Bruna Vieira parecem ter um público-alvo definido: as adolescentes, que, como ela, procuram amores na internet e, não raramente, se decepcionam. Embora, em “Coisas que ele já deveria saber”, ela dê conselhos aos rapazes, seus textos abordam basicamente o universo feminino.

Outra característica é a constante referência a esse objeto de amor: “Estou de salto. Passei maquiagem e até coloquei aquele vestido que você elogiou uma vez”. (VIEIRA, 2015, p. 19). Em vários textos, Bruna escreve como se estivesse falando com esse interlocutor.

Decepções amorosas, insegurança, amores não correspondidos, sonhos são alguns dos temas abordados. Entretanto, sempre de maneira um tanto ingênua e um pouco simplista. Frases como “O amor torna a indiferença impossível” (VIEIRA, 2015, p. 45) marcam todos os textos.

Na crônica “Caixa de entrada”, por exemplo, a autora narra a história de um breve relacionamento, do qual ela desistiu porque, aparentemente, o interesse não era recíproco: “Era permitido carinho, era permitido amor, só não era mesmo permitido aquela coisa que todo mundo dizia ser a definição do que é real e do que não é: compromisso”. (VIEIRA, 2015, p. 79) Mesmo assim, ele era “o cara dos sonhos” dela, afirma Bruna. Não há no texto muito aprofundamento ou reflexão sobre a situação em que a autora se encontra. É uma narrativa curta e um tanto fragmentada – em um parágrafo, ela afirma que: “Não éramos príncipe e princesa, mas estávamos sempre juntos lá no baile” (VIEIRA, 2015, p. 79); no seguinte, ele já se mudou para Califórnia; no próximo, ela sente saudades daquela época; e no que segue e último parágrafo, eles trocam *e-mails* tentando se encontrar para um café, mas ele já tem filhos e ela, o emprego dos sonhos. A fragmentação e rapidez da internet permanecem no livro, transformando-o em um produto para consumo rápido.

Nesse sentido, parece haver no próprio formato do livro uma preocupação com o *design* apropriado ao público-alvo a que se destina. A obra apresenta em sua capa gaiivotas em relevo, que também estão presentes no miolo do livro, após a dedicatória. A presença desse elemento é uma marca da autora, que tem em seu antebraço gaiivotas tatuadas.

Há também um caderno de fotos coloridas e bem produzidas, com frases da autora. Neste caderno, está uma imagem da tatuagem de Bruna. As três páginas finais do livro apresentam elementos próprios do público adolescente e da internet: uma lista de músicas que sugere o que o leitor deve ouvir enquanto estiver lendo o livro, um código QR¹¹ e um texto indicando uma *hashtag*¹² para opinar sobre o livro. A lista de músicas inclui, em sua grande maioria, músicas de cantores de grupos americanos. O código QR direciona o leitor para o *site* do livro, que apresenta informações sobre a obra, a autora, vídeos com depoimentos dela, além de textos extras, não disponíveis no livro. O texto final informa a *hashtag* #livrodepoisdoisquinze, para que o leitor dê sua opinião sobre o livro e compartilhe com outros leitores seus trechos preferidos.

Outro livro que apresenta vários pontos de contato com a internet é *Muito mais que Cinco minutos*, de Kéfera Buchmann. Antes de nos atermos à obra, cabe conhecer sua autora um pouco melhor. Assim como Bruna Vieira, Kéfera é bastante conhecida na internet. Desde 2011, tem um canal no YouTube, que se chama *Cinco minutos*.

O canal começou de maneira totalmente despretensiosa. Em julho de 2010, Kéfera resolveu postar um vídeo no YouTube sobre a vuvuzela¹³. A *vlogger* conta em seu livro que acompanhava o YouTube e tinha vontade de fazer vídeos caseiros, mas se sentia envergonhada. Quando percebeu que vídeos que ela considerava ruins podiam ter um número grande de visualizações, resolveu tentar. Não sabia bem o que falar, até que veio a ideia de gravar alguma coisa sobre a vuvuzela. Como o material tinha cinco minutos, ela decidiu que este seria o nome do seu canal. No mesmo dia em que foi postado, o vídeo teve trezentas visualizações. No dia seguinte, seiscentas e, uma semana depois, 12 mil. Em dezembro de 2018, o canal de Kéfera tinha mais de onze milhões de inscritos, um verdadeiro fenômeno da internet. Além disso, Kéfera tem seguidores em outras redes sociais, como Facebook, Twitter e Instagram, totalizando mais de 30 milhões de pessoas.

Os vídeos de Kéfera são sobre os mais variados assuntos. Ela dá conselhos sobre a virgindade, por exemplo, fala sobre o primeiro encontro com o namorado, encena pequenos *sketches* sobre as mais diferentes situações, conta sobre sua carreira de atriz, mostra a

¹¹ O código QR (ou Quick Response Code) é utilizado para direcionar o usuário a um site. Ao focar no código com a câmera do celular, esta apresenta a opção de direcionar o usuário para o site do produto, no qual haverá informações complementares.

¹² *Tags* são palavras-chave (relevantes) ou termos associados a uma informação, tópico ou discussão que se deseja indexar de forma explícita no aplicativo Twitter, e também adicionado ao Facebook, Google+ e/ou Instagram. (WIKIPEDIA, 2018)

¹³ Uma espécie de instrumento cilíndrico, muito utilizado pelos torcedores de jogos de futebol na copa do mundo de 2010

intimidade de sua casa etc. Em suas falas, usa muitos palavrões e narra situações escatológicas, como o dia em que foi se depilar, e a depiladora, após reconhecê-la, pediu para guardar os pelos pubianos.

A todo momento, também, Kéfera convida seus espectadores a interagirem com os vídeos. O número de comentários é sempre imenso, revelando a grande audiência do canal. Cada vez mais, as pessoas parecem estar interessadas na vida real, na intimidade de YouTubers, que têm um cotidiano comum, mas que passam a se tornar celebridades.

Kéfera publicou seu primeiro livro pelo selo “Paralela”, da Companhia das Letras, uma das maiores e mais importantes editoras do Brasil. O lançamento aconteceu na Bienal de 2015, no Rio de Janeiro. *Muito mais que Cinco minutos* encabeçou a lista dos mais vendidos no evento. A tiragem inicial foi de 75 mil exemplares, uma cifra astronômica para o mercado editorial brasileiro. O livro vendeu cerca de 400 mil exemplares até meados de 2016. (BUCHMAN, 2016, p. 7)

É possível perceber na diagramação de *Muito mais que Cinco minutos* uma preocupação ainda maior com o *design* e a participação do leitor do que na obra de Bruna Vieira. O livro apresenta fotos e páginas em que o vermelho predomina, o que revela o investimento na sua estruturação. Um livro totalmente preto e branco é muito menos dispendioso do que um livro que apresenta cores em seu miolo.

O tom do texto é o mesmo do *blog*: uma mistura de humor, autoironia, conselhos para adolescentes, muitos palavrões e escatologia. Logo na introdução, Kéfera avisa ao leitor que ele não espere nenhuma história revolucionária, pois ela não passa de uma garota de 22 anos que ainda não fez nada de relevante. Diz que só escreveu o livro, pois “existem pessoas no mundo (umas três, mais ou menos) que têm vontade de saber um pouco mais sobre a minha história de vida. Porque, sem querer, eu acabei inspirando algumas meninas e meninos” (BUCHMAN, 2015, p. 23). A história envolvendo as sessões de depilação de Kéfera também é repetida no livro.

Podemos perceber também a influência da linguagem oral no texto, assim como no livro de Bruna Vieira. Em muitos momentos, parece que Kéfera está dialogando com um leitor próximo:

Eu me lembro da minha vida mais ou menos a partir dos cinco anos. Deve ter acontecido alguma coisa legal antes, mas não me lembro. Desculpem. Bom, com cinco aninhos já tinha conhecido a minha amiguinha Josiéne (...) Na verdade, conheci a Josie quando tinha três anos. Bem, isso é o que os nossos pais nos contam, porque com três anos de idade eu nem sabia que existia. Ainda não estava muito ligada nessa parada chamada vida. Você, por

exemplo, com três anos ainda estava mamando na teta da sua mãe. Certo? Só estou te lembrando para você se sentir meio mal. (BUCHMANN, 2015, p. 26)

Esse diálogo com leitor é constante, não apenas na maneira de se referir a ele, mas também pela linguagem do texto e seu conteúdo. A escritora conta sua história de vida: uma menina gordinha, que sofria *bullying* na escola, e tinha amores platônicos. Assim como Bruna, revela que o príncipe encantado não existe, e que é preciso se valorizar e estar atenta sempre à própria autoestima.

O miolo do livro apresenta uma sequência de fotos em preto e branco de Kéfera com um figurino que parece uma mistura de fada madrinha e princesa. É um vestido de estilo romântico. Ela tem uma coroa na cabeça e segura uma espécie de varinha mágica. Somente a coroa e a varinha são coloridas de vermelho. A sequência mostra a autora levantando o dedo da mão do meio e, quando ele está totalmente em riste, aparece um grande sorriso no seu rosto. Ao final, há fotos da autora quando criança.

Basicamente, o livro conta a história de Kéfera: como ela era na infância e como se tornou uma celebridade na internet. É dividido em capítulos, nos quais ela alterna sua breve trajetória com casos que ela considera engraçados ou que marcaram sua vida, como o seu primeiro amor.

Trata-se de uma narrativa descompromissada. Mais livro para ser consumido rapidamente, sem necessidade de análises profundas, problematizações, interpretações ou comparações. É ler e deixar-se entreter – se isso é possível.

Depois deste livro, Kéfera publicou mais dois: *Tá gravando. E agora?* (2016) e *Querido dane-se* (2017). O primeiro é um livro que segue a mesma linha de *Muito mais que Cinco minutos* e o segundo é uma ficção.

Em *Tá gravando. E agora?*, a autora revela como se tornou uma *youtuber* de sucesso e dá dicas “que ajudam a entender mais sobre o processo criativo que é começar um canal” (BUCHMANN, 2016, p. 12). A obra apresenta o mesmo estilo de diagramação de *Muito mais que Cinco minutos*, mas nele Kéfera Buchmann escreve sobre a sua atividade profissional, contando sua trajetória como *youtuber* e explicando como são feitos seus vídeos.

Considerações finais

Cada vez mais, o YouTube torna-se uma mídia a que assistem milhões de pessoas de todas as idades. Pessoas também de diferentes faixas etárias participam desta mídia, postando

vídeos. Desde donas de casa – que gravam vídeos mostrando suas faxinas em casa – até filósofos postam vídeos no YouTube.

Quando se trata da juventude, o apelo desta mídia parece ser maior, até porque está disponível no celular, um aparato totalmente portátil e fácil de ser manipulado. Os jovens assistem e gravam vídeos por meio de seus celulares. Através deles também participam de suas diversificadas redes sociais: Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat etc.

E como ficam o livro e a escrita nesse cenário? Eles se adaptaram e têm se tornado uma extensão dessa imensa e infinita rede que é a internet. As celebridades da vida real gravam vídeos contando seu dia a dia nos mínimos detalhes, e esse conteúdo passa a se tornar alvo do mercado editorial. Na Bienal do Livro de 2017, os autores mais populares eram *youtubers*. Em setembro de 2017, dos 10 títulos mais vendidos pela livraria Saraiva – uma das maiores do Brasil –, oito foram escritos por *youtubers* (VIEIRA, 2017).

É uma espécie de escrita de si midiática, ao vivo e a cores, que depois se transforma em um livro, um produto de consumo rápido e descompromissado. Uma leitura em fragmentos, como fragmentos de vida são os vídeos compartilhados na internet. Verifica-se ainda um tom confessional, mas isso ocorre mais como estratégia para atrair a audiência do que propriamente um desabafo.

A interação é também outra marca desse tipo de mídia: o espectador interage com o vídeo, compra o livro e, em seguida, compartilha na internet suas impressões sobre o que leu, para que outros milhares de pessoas também dialoguem, em um turbilhão de informações.

Assim, a fragmentação se reproduz infinitamente, fazendo com que a vida desses *youtubers* e seus seguidores seja um caleidoscópio de cores, imagens, sons, rostos e vozes. A fragmentação e instantaneidade do diário estão lá, mas são vidas que se interconectam.

Nos vídeos, como afirmou Sibilia (2016), narrador, personagem e autor são a mesma pessoa. Mas agora estão amparados pela tecnologia e pelas imagens, que podem tornar sua narrativa muito mais instigante e atraente. A audiência espontânea – no caso de Bruna, referimo-nos não apenas a seu *blog*, mas também ao seu canal no YouTube¹⁴ – implica publicidade gratuita para qualquer tipo de ações que desenvolvam, como lançamento de livros, participação em eventos etc.

Em relação aos livros, como nos *vlogs*, também se observa um tom confessional. Diferentemente do diário, não é um texto datado, que apresenta fragmentos do cotidiano.

¹⁴ Em dezembro de 2018, o canal de Bruna Vieira no Youtube contava com mais de 1 milhão e 400 mil inscritos. Obviamente, não apresenta o mesmo alcance do canal de Kéfera, mas, ainda, sim, trata-se de um número bastante expressivo.

Embora se aproximem mais da autobiografia, o objetivo, na verdade, parece ser servir como uma espécie de exemplo para adolescentes – público-alvo principal dos vídeos no YouTube e dos livros aqui analisados – e, com isso, alavancar vendas.

Assim, Kéfera parece querer mostrar que uma menina gordinha, vítima de *bullying*, pode se tornar um grande sucesso. Já Bruna Vieira, por meio de seus conselhos, explica que a autoestima deve vir sempre em primeiro lugar. Trata-se de leituras pouco profundas, de consumo rápido, que atendem às necessidades do mercado editorial brasileiro em um momento de grave crise econômica.

As novas roupagens das escritas de si na internet e nos livros, para usar a expressão cunhada por Sibília (2016), trazem a influência das imagens e da tecnologia. Não podemos afirmar que essas narrativas são diários, mas é possível perceber sua influência, principalmente no que diz respeito ao tema, o cotidiano. Assim, são narrativas confessionais que sofrem influência das antigas escritas de si, mas que se adaptaram aos tempos atuais e às pressões do mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARFUCH, Leonor. *Memoria y autobiografía* – Exploraciones en los límites. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2013.

BACHELARD, Gaston. *A poética do espaço*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BUCHMANN, Kéfera. *Muito mais que Cinco minutos*. São Paulo: Paralela, 2015.

_____. *Tá gravando. E agora?*. São Paulo: Paralela, 2016.

_____. 5 minutos. **YouTube**. Disponível em: <
<https://www.youtube.com/user/5incominutos>> Acesso em: 16 dez 2018.

FERREIRA, M. Mercado de livros vê na web um caminho para driblar crises. **Portal Puc-Riodigital**. 11 nov 2015. Disponível em: <http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/Texto/Mercado-de-livros-ve-na-web-um-caminho-para-driblar-crises-27003.html#.Vw01AdpIgdV>> Acesso em: 15 nov 2018.

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 1966.

_____. *O que é um autor*. Lisboa: Editora Veja, 1992.

_____. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 2012.

KLINGER, Diana. *Escritas de si, escritas do outro: o retorno do autor e a virada etnográfica*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2012.

GUSDORF, Georges. Condiciones y limites de la autobiografía. *Suplementos Anthropos* – La autobiografía y sus problemas teóricos. Barcelona: Editorial Anthropos, 1991.

LEJEUNE, Philippe. El pacto autobiográfico. *Suplementos Anthropos* – La autobiografía y sus problemas teóricos. Barcelona: Editorial Anthropos, 1991.

_____. *O pacto autobiográfico: De Rousseau à Internet*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

LOUREIRO, Ángel. Problemas teóricos de la autobiografía *Suplementos Anthropos* – La autobiografía y sus problemas teóricos. Barcelona: Editorial Anthropos, 1991.

O SEGREDO PARA FICAR MILIONÁRIO DO YOUTUBE. G1. 09 jul 2015. Acesso em: 12 nov 2018. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2015/07/o-segre-do-para-ficar-milionario-com-o-youtube.html>>

SCHITTINE, Denise. *Blog: Comunicação e escrita íntima na internet*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SOUSA, Germana. Henriques Pereira de. (2012). *Carolina Maria de Jesus: o estranho diário de uma escritora vira lata*. Vinhedo, SP: Editora Horizonte, 2012.

VIEIRA, Bruna. *Depois dos quinze*. Disponível em: www.depoisdosquinze.com. Acesso em: 12 abr 2016.

_____. *Depois dos quinze*. Disponível em: www.depoisdosquinze.com. Acesso em: 26 jan 2018.

_____. *Depois dos quinze*. Belo Horizonte: Editora Gutenberg, 2015.

VIEIRA, Douglas. *Livros de youtubers estão entre os mais vendidos na Bienal do Rio*. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/121983-livros-youtubers-entre-vendidos-bienal-rio.htm> Acesso em: 27 out 2018.

Enviado em: 14/01/2019

Aceito em: 19/04/2019